

Контроллинг маркетинга можно рассматривать как процесс интеграции методов учета, анализа, планирования и контроля в единую систему получения, обработки и обобщения информации и принятие на ее основе маркетинговых решений, а также как систему, управляющую маркетингом предприятия. Такая система сориентирована на достижение не только текущих целей в виде получения прибыли или минимизации убытка, но и на глобальные стратегические цели.

Для теории и практики маркетинга характерно разграничение контроллинга на стратегический и оперативный. Оба рассматриваемых направления отличаются по охватываемому временному горизонту и выполняемым функциям.

Шиханцов Г. Г.

*Академия управления при Президенте
Республики Беларусь (Минск)*

ОЦЕНКА РОЛИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ В СОЗДАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Индивидуальный потребитель – это, прежде всего, социально-биологическая единица общества (*Homo consument*), обладающая личностными предпочтениями, установками, взглядами и возможностями, которые формируются и реализуются в конкретной социальной сфере.

Вся совокупность отношений между потребителем, государственными институтами управления, хозяйствующими субъектами и социальными структурами, нацеленными на создание определенного типа потребительского поведения, называют социализацией потребителя. Эта система отношений подразумевает реализацию следующих функций:

- удовлетворение потребителя.
- воспитание потребителя.
- формирование потребителя.
- развитие потребителя.
- информирование потребителя.
- социальная поддержка и защита потребителя.

Удовлетворение спроса потребителей – первейшая функция субъектов хозяйствования, так как они, в первую очередь, должны быть заинтересованы в производстве и реализации продукции, востребованной потребителем.

Воспитание потребителя – это функция семьи, государства и внутренней среды организации, где он трудится. Воспитание потребителя – это, прежде всего, выработка и закрепление определенной системы ценностей, которые в свою очередь формируют культуру потребления.

Формирование потребителя – это функция, отличная от функции воспитания потребителя, в первую очередь, по двум причинам. Во-первых, формирование потребителя означает процесс его «создания» как субъекта поведения на потребительском рынке, с заранее заданными нормами, правилами, которые сочетаются с такими же правилами и нормами окружающей среды. Воспитание потребителя – первоочередная функция семьи и государства. Формирование потребителя – главная социально-экономическая цель хозяйствующих субъектов, которые, как никто иной, заинтересованы в определенных, изначально новых или же измененных привычках поведения, склонностях, вкусах, реализуемых на рынке посредством денежных средств.

Развитие потребителя – достаточно тесно коррелируемая деятельность как с воспитанием, так и с его формированием. Вместе с тем, развитие потребителя означает возвышение его потребностей.

Информирование потребителя означает процесс информационного обеспечения потребительского выбора и иных решений на рынке в ходе купли-продажи товаров. Эта функция является прерогативой, в первую очередь, товаропроизводителя или продавца, если эти роли не совмещены в одном субъекте рынка.

Социальная поддержка и защита потребителя является первоочередной функцией государства.

*Шмарловская Г. А.
БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕМ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

Управление сферой налогообложения – это организация налоговой системы и непосредственно управленческое воздействие на процесс взаимоотношений между обществом (в лице государства и местных органов власти) и плательщиками по поводу изъятия, распределения и использования части денежных средств предприятий и домохозяйств.

Управление сферой налогообложения осуществляется на различных уровнях: государства (республики), территории (областей), местных образований (городов, районов).

К основным звеньям механизма управления сферой налогообложения целесообразно отнести научную организацию налоговой системы, прогнозирование, правовое обеспечение, учет и контроль, порядок налоговых взысканий, статистическое и информационное обеспечение, институциональную организацию оперативного управления.